

PROGRAM NAUCZANIA JĘZYKA ANGIELSKIEGO W BIZNESIE

POZIOM B2

OPRAC. PRZEZ LINGUA JUSTYNA CYGAN NA PODSTAWIE TREŚCI ZAWARTYCH W PODRĘCZNIKU MARKET LEADER 3RD EDITION UPPER-INTERMEDIATE

A. OGÓLNE CELE NAUKI.

Celem nauczania jest wykształcenie u słuchaczy kompetencji językowej i komunikacyjnej umożliwiającej im porozumiewanie się w różnych sytuacjach związanych z ogólnie rozumianymi dziedzinami biznesu na poziomie B2.

Cel nauczania realizowany jest poprzez rozwijanie sprawności językowych w następującym zakresie:

1. Rozumienie ze słuchu – rozumienie wypowiedzi autentycznych: rozmowa w sprawie pracy, wywiady, prezentacje, dialogi, wychwycenie konkretnej informacji.
2. Mówienie - formułowanie różnej długości spójnych, poprawnych gramatycznie wypowiedzi, umiejętność podtrzymywania i prowadzenia dyskusji i negocjacji oraz rozmów telefonicznych, przeprowadzanie ankiet, prowadzenie prezentacji
3. Czytanie – rozumienie sensu tekstów autentycznych, wyszukiwanie szczegółowej informacji w dłuższym tekście, umiejętność domyślania się znaczeń, rozumienie pism formalnych.
4. Pisanie – formułowanie dłuższej wypowiedzi pisemnej w oparciu o podany wzór z uwzględnieniem zasad gramatyki, ortografii i interpunkcji: opis firmy, CV, podanie o pracę, ankieta konsumencka, wiadomość e-mailowa, memorandum, prośba listowna, streszczenie artykułu, raport o stanie przedsiębiorstwa, sprawozdanie ze spotkania, plan biznesowy, biznes informacje, broszura reklamowa.

B. CELE SZCZEGÓŁOWE

ZAKRES TEMATYCZNY I LEKSYKALNY:

1. Komunikacja
 - Czynniki ważne dla komunikacji międzyludzkiej
 - Cechy osoby komunikatywnej
 - Jak udoskonalić komunikację w firmie
 - Komunikacja pisemna
 - Idiomy związane z komunikacją
 - Radzenie sobie z trudnościami w komunikacji
 - E-mail formalny

2. Marketing międzynarodowy
 - Światowe marki na rynku międzynarodowym
 - Słownictwo związane z szeroko pojętym marketingiem
 - Marki luksusowe
 - Wdrożenie produktu na rynki międzynarodowe
 - Spotkanie oparte na metodzie burzy mózgów- kampania marketingowa produktu
 - Protokół ze spotkania burzy mózgów
3. Budowanie relacji w biznesie
 - Relacje prywatne i biznesowe
 - Opisywanie relacji międzyludzkich
 - Budowanie relacji z partnerem biznesowym
 - Relacje biznesowe w Chinach
 - Budowanie sieci kontaktów
 - Rozmowa telefoniczna
 - Prowadzenie spotkania biznesowego z pracownikami/klientami
 - Sporządzanie protokołu ze spotkania
4. Sukces
 - Dlaczego ludzie odnoszą sukces
 - Opisywanie ludzi sukcesu
 - Wskaźniki sukcesu w firmie
 - Negocjacje w biznesie
 - Email
5. Satysfakcja w pracy
 - Motywacja w pracy
 - Praca idealna
 - Najlepszy pracodawca na rynku
 - Rozmowa z łowcą głów
 - Relacje międzyludzkie w pracy
 - Prowadzenie spotkania z zespołem w celu eliminacji problemów w pracy
 - E-mail
6. Ryzyko
 - Opisywanie czynników ryzyka w życiu prywatnym i zawodowym
 - Zarządzanie ryzykiem
 - Ubezpieczenie ryzyka handlowego
 - Radzenie sobie z krytyką prasową
 - Organizacja i prowadzenie spotkania na temat eliminacji ryzyka w biznesie
 - Kultura biznesu w Kazachstanie
 - Prezentacja
7. Style zarządzania
 - Jak zostać dobrym managerem
 - Rola kierownika/dyrektora w firmie
 - Cechy managera

- Style zarządzania w firmie
 - Prezentacja produktu
 - Prezentacja kandydata ubiegającego się o stanowisko managera
 - Raport
8. Budowanie zespołu
- Wady i zalety pracy w zespole
 - Cechy charakteru
 - Budowanie zespołu w firmie
 - Nowe sposoby budowania zespołu na kursach kulinarnych
 - Motywowanie zespołu
 - Redagowanie listu
9. Pozyskiwanie finansów w firmie
- Wady i zalety pożyczania pieniędzy przez osoby indywidualne
 - Słownictwo z zakresu finansów
 - Pozyskiwanie funduszy w firmie Warrena Buffeta
 - Szukanie źródeł finansowania w celu założenia firmy
 - Negocjacje finansowe
10. Obsługa klienta
- Reklamacja
 - Obsługa klienta w firmie
 - Jak aktywnie słuchać klienta i rozmawiać z klientem
 - Protokół z reklamacji
11. Zarządzanie w kryzysie
- Kryzys w biznesie
 - Radzenie sobie z kryzysem
 - Udzielanie rad firmie znajdującej się w kryzysie
 - Wadliwy produkt
 - Artykuł prasowy informujący o kryzysie w firmie
12. Fuzje i przejęcia
- Wyrażenia związane z przejęciem spółek, fuzja, łączeniem firm
 - Wady i zalety przejęcia firmy
 - Opisywanie fuzji
 - Jak osiągnąć sukces po przejęciu firmy
 - Prognozowanie przyszłości po przejęciu firmy
 - Prezentacja przed grupą inwestorów na temat zakupu firmy
 - Raport z rekomendacją przejęcia firmy

ZAKRES MATERIAŁU GRAMATYCZNEGO:

- wszystkie czasy gramatyczne
- czasowniki modalne

- czasowniki i wyrażenia z bezokolicznikiem niepełnym i pełnym oraz z rzeczownikiem odsłownym
- zdania podrzędnie złożone i spójniki
- stopniowanie przymiotników i przysłówków oraz wyrażanie porównań
- strona bierna i kausatywne have
- mowa zależna
- zdania warunkowe
- tryb łączący (życzenia - także nierealne, propozycje, sugestie)
- rzeczowniki policzalne i niepoliczalne oraz przedimki
- rzeczowniki odczasownikowe
- struktury emfatyczne i inwersja
- zaimki
- przyimki
- słowotwórstwo

Przedstawiony zakres tematyczny dotyczy kursów obejmujących 80-100 godzin. Kursy obejmujące zwiększoną ilość godzin mogą zostać poszerzone o materiały dodatkowe.

C. MATERIAŁY DODATKOWE:

Market Leader 3rd edition upper-intermediate Practice File- John Rogers

E-mail English- Paul Emmerson

New Language Leader upper-intermediate- D.Cotton, D.Falvey, S.Kent

D. ZAKRES TEMATYCZNY DODATKOWY

1. Komunikacja
2. Środowisko
3. Medycyna
4. Transport
5. Architektura
6. Globalizacja
7. Psychologia
8. Kultura
9. Technologia

E. SPOSOBY REALIZACJI

Metody i formy: praca grupach, parach, indywidualna; wykład; ćwiczenia testy, kwestionariusze; dyskusja; burza mózgów ; rozwiązywanie problemów ; symulacje; autoprezentacja; analiza przypadku; projekt ; metody multimedialne, gry diagnostyczno-symulacyjne ; praca z materiałami źródłowymi

F. EWALUACJA

Opracowany program uwzględnia kontrolę przebiegu, rezultatów i postępu pracy w formie ustnej, pisemnej i w formie obserwacji.

Źródła informacji: słuchacze, dział kierowniczy i personalny, lektor, kierownik merytoryczny kursu.